

2025年银发经济 消费人群洞察

2025年5月

MobTech研究院&库润数据联合出品





1

中国银发经济发展现状

2

中国银发人群消费习惯洞察

3

中国银发经济未来展望

银发经济定义及银发人群定义、年龄划分明确

2024年1月，国务院对“银发经济”的概念范围进行了明确划分；同年10月，行业头部企业联合行业学会对“银发人群”进行了年龄划分和人群命名

中国银发经济及银发人群定义

国务院办公厅印发

《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》

近日，国务院办公厅印发《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》（以下简称《意见》）

《意见》提出了 **4个方面 26项举措**

- 发展民生事业，解决急难愁盼
- 扩大产品供给，提升质量水平
- 聚焦多样化需求，培育潜力产业
- 强化要素保障，优化发展环境

新华社发（宋博制图）

2024年1月15日，国务院办公厅发布了《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》，提出4个方面26项举措。《意见》指出：银发经济是向老年人提供产品或服务，以及为老龄阶段做准备等一系列经济活动的总和，涉及面广、产业链长、业态多元、潜力巨大。发展银发经济，满足老年人多方面需求，妥善解决人口老龄化带来的社会问题，事关国家发展全局，事关人民福祉，既利当前又惠长远

2024年10月11-14日，第四届中国老年慢病大会在深圳举行，华润三九、昆药集团作为支持单位，联合中国老年学和老年医学学会共同发布《中国银发人群年龄划分及人群命名》标准，将银发人群划分为四个主要的年龄段，分别为：

银发青年

- 55岁-64岁
- 通常处于职业生涯的晚期
- 身体状况相对较好，生活自理能力强，社交活动范围广泛
- 健康需求：预防和健康

银发中年

- 65岁-74岁
- 开始关注身体功能的变化，生活自理能力良好，但或面临一些慢性疾病的困扰
- 健康需求：医疗治疗和康复服务

银发老年

- 75岁-89岁
- 身体状况逐渐衰退，可能需要他人的照顾和支持
- 健康需求：康复医疗和照顾服务

长寿老人

- 90岁以上
- 身体各系统功能显著衰退，生活自理能力下降，面临中重度失能的风险
- 健康需求：全面的照顾和关爱



国家与地方层面出台政策扶持银发经济产业

当前中国养老服务体系的建设尚不完善，涉老服务与产品质量参差不齐，较难完全满足银发人群的多元生活需求，需要通过政策引领银发经济相关产业发展，缓解社会与经济压力

中国银发经济相关政策

国家层面

- 2024.01 国务院印发《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》，为我国首个以“银发经济”命名的文件
- 2023.12 中央经济工作会议强调发展银发经济，推动人口高质量发展，并提出要织密扎牢社会保障网，加快完善生育支持体系
- 2022.02 国务院发布《“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系规划》，要求“大力发展银发经济”
- 2021.11 中共中央、国务院发布《关于加强新时代老龄工作的意见》，要求“积极培育银发经济”
- 2021.03 《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》发布，首次提出银发经济概念

地方层面

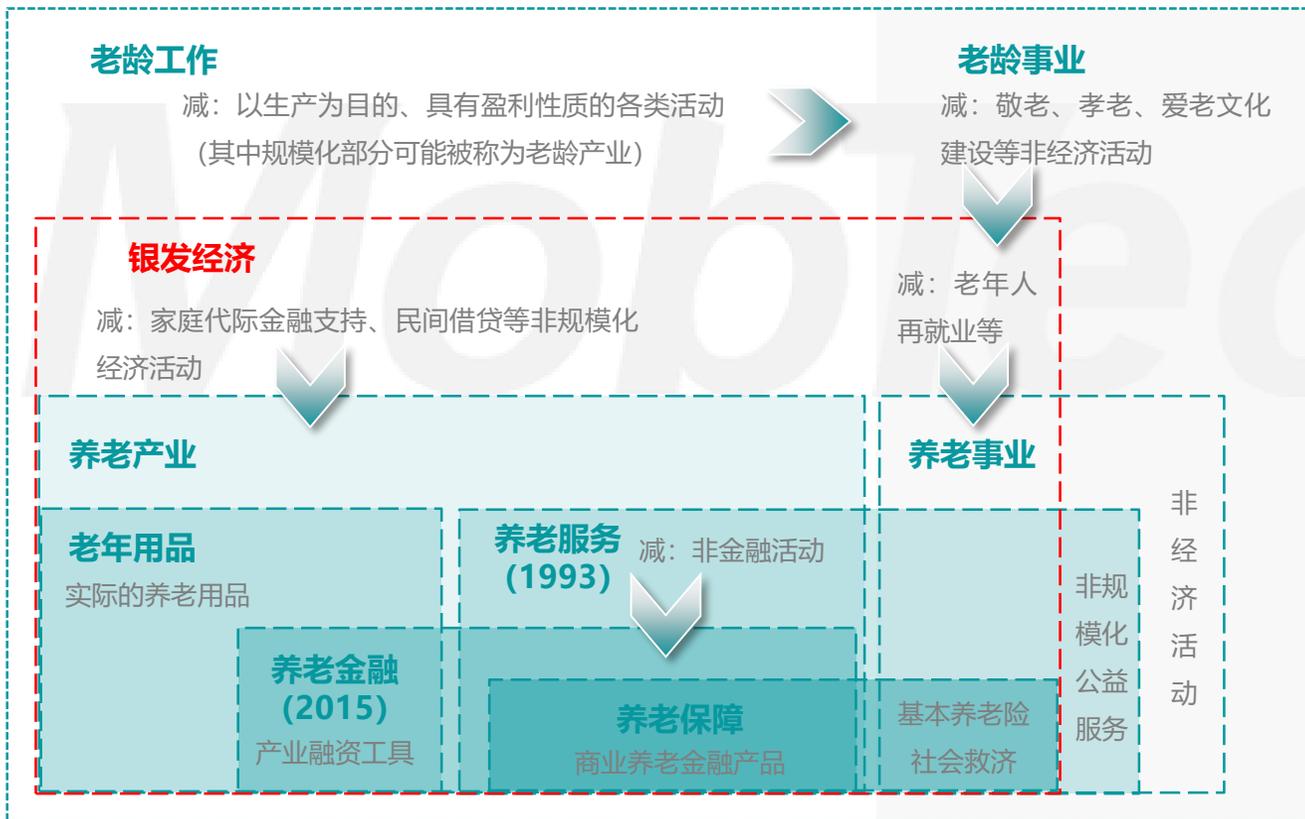
- 2024.02 北京《2024年市政府工作报告重点任务清单》-健全养老金融服务体系，支持康养产业、银发经济发展，开发更多养老金融产品
- 2022.12 上海《上海市推动生活性服务业补短板上水平提高生活品质行动方案》-大力发展银发经济，鼓励更多市场主体参与，增加多样化老年教育、旅游休闲、健康养生等服务供给
- 2021.12 江苏《江苏省“十四五”老龄事业发展规划》-积极打造银发经济新蓝海：完善老龄产业政策措施、推动养老产品市场体质扩容、推动养老服务业融合发展。大力发展银发经济，培育新型消费增长点
- 2024.02 浙江《2024年浙江省国民经济和社会发展计划》-积极培育智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货“潮品”、银发经济等新的消费增长点

中国涉老关键词在政策文本中的概念及内涵随认知提升不断演进

银发经济相关概念变化的背后，是人们对老年群体角色、价值和需求认知的逐步深入。这种认知的变化，推动了银发经济从单一保障型的基本公共服务，逐步向包容、创新的多元经济体系转变

中国老龄工作的发展变迁以及观念演进

各类关键词的概念范围划分*

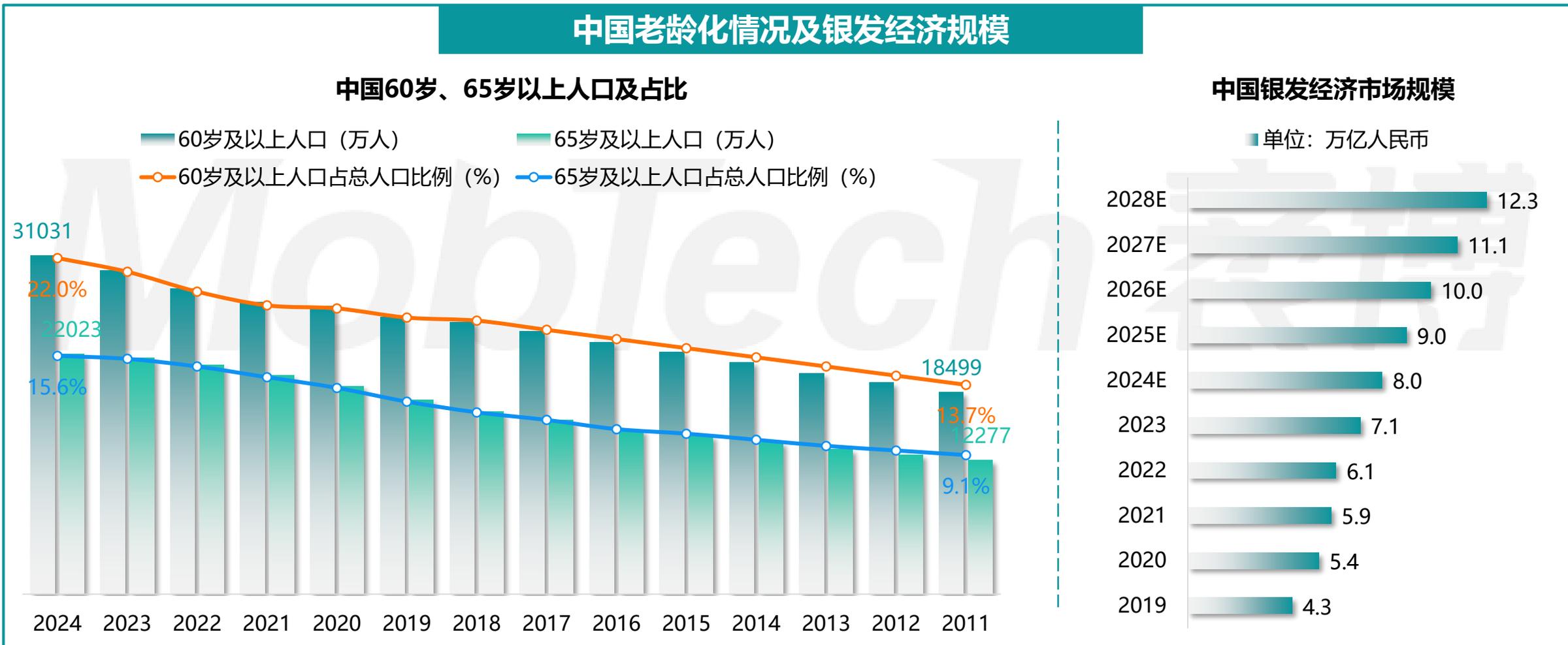


对老年人的认知改变与银发经济相关概念的演进

	旧认知	旧概念	新认知	新概念
本质属性	非经济性的角色、经济发展的负担	提供的各种商品和服务	活跃的经济群体、新兴的消费市场	满足需求的所有经济活动
面向群体	老年人	老龄经济	所有“增龄”群体	银发经济 (老龄经济 + 备考经济)
涉及内容	各类产业集合	老龄产业	银发经济不仅是市场活动，也是一种社会福利机制	老龄事业和老龄产业协同发展

中国老年人口规模绝对数全球第一，催生万亿银发市场

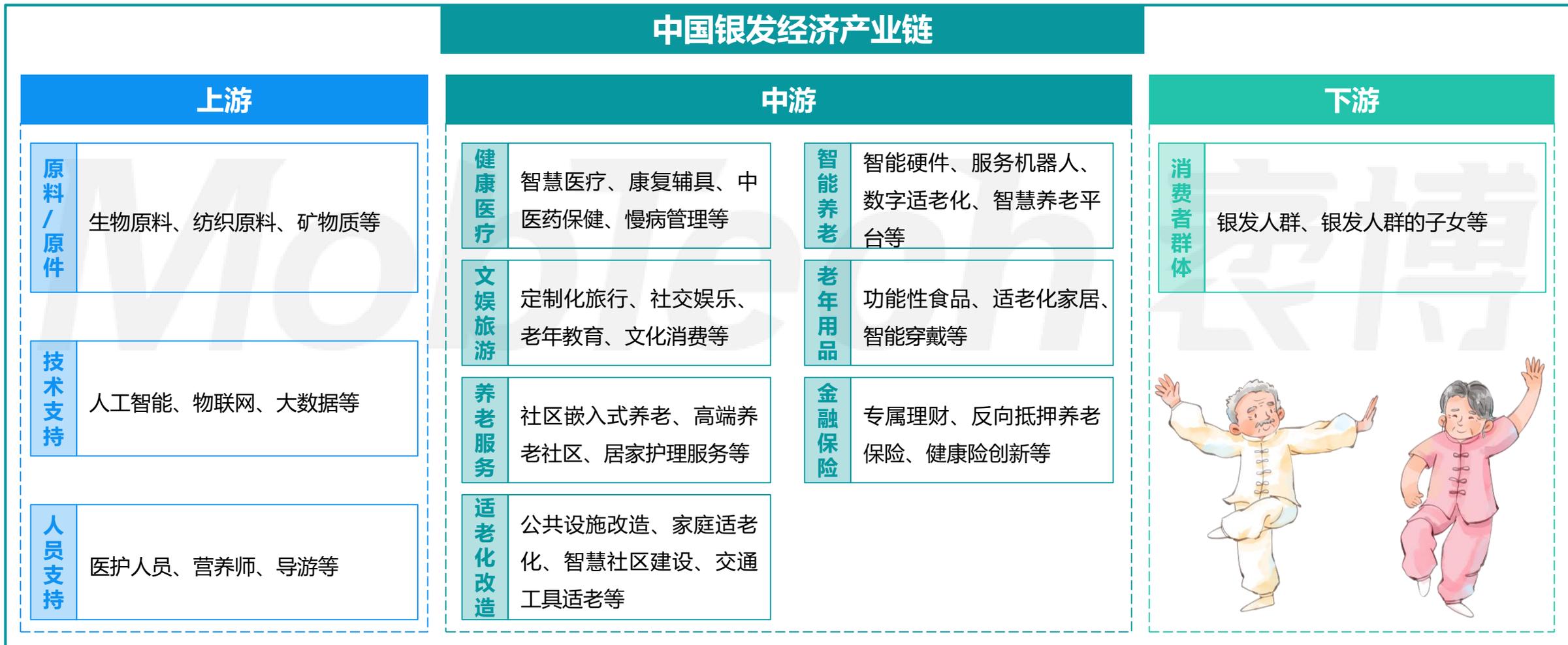
截至2024年末，全国60周岁及以上老年人口已达31031万人，占总人口的22%，已进入“中度老龄化”阶段；预计银发经济市场规模达8万亿元，已形成人群规模巨大的银发经济消费市场



Source: 国家统计局, 弗若斯特沙利文《2024年中国银发经济发展报告》, MobTech研究院整理绘制

银发经济是一个涉及多元业态，横跨多种产业的新兴经济形态

随着老龄化进程的加速、银发人群多元需求的增长，以及政策支持力度的提升，银发经济已发展为能覆盖银发人群基本生活、康养、医疗、文娱、金融、科技等多个领域的庞大产业





1

中国银发经济发展现状

2

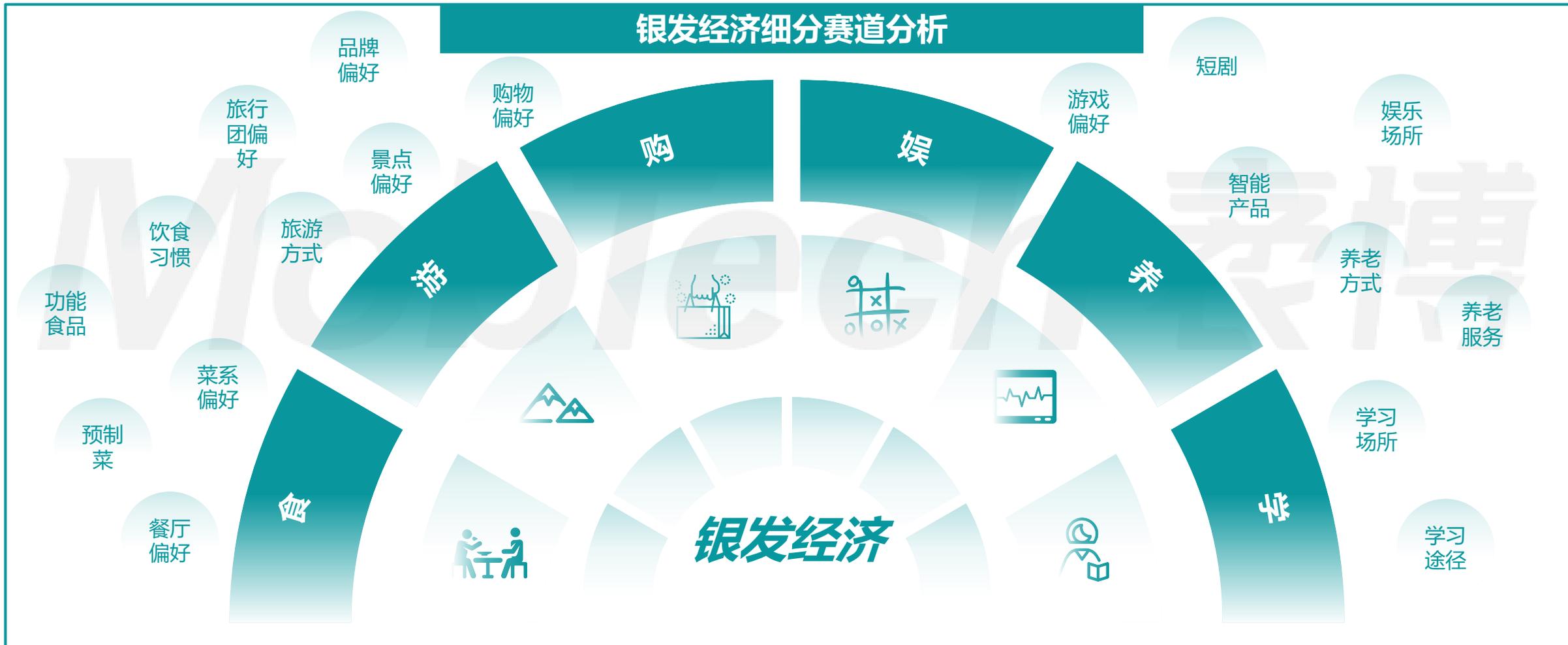
中国银发人群消费习惯洞察

3

中国银发经济未来展望

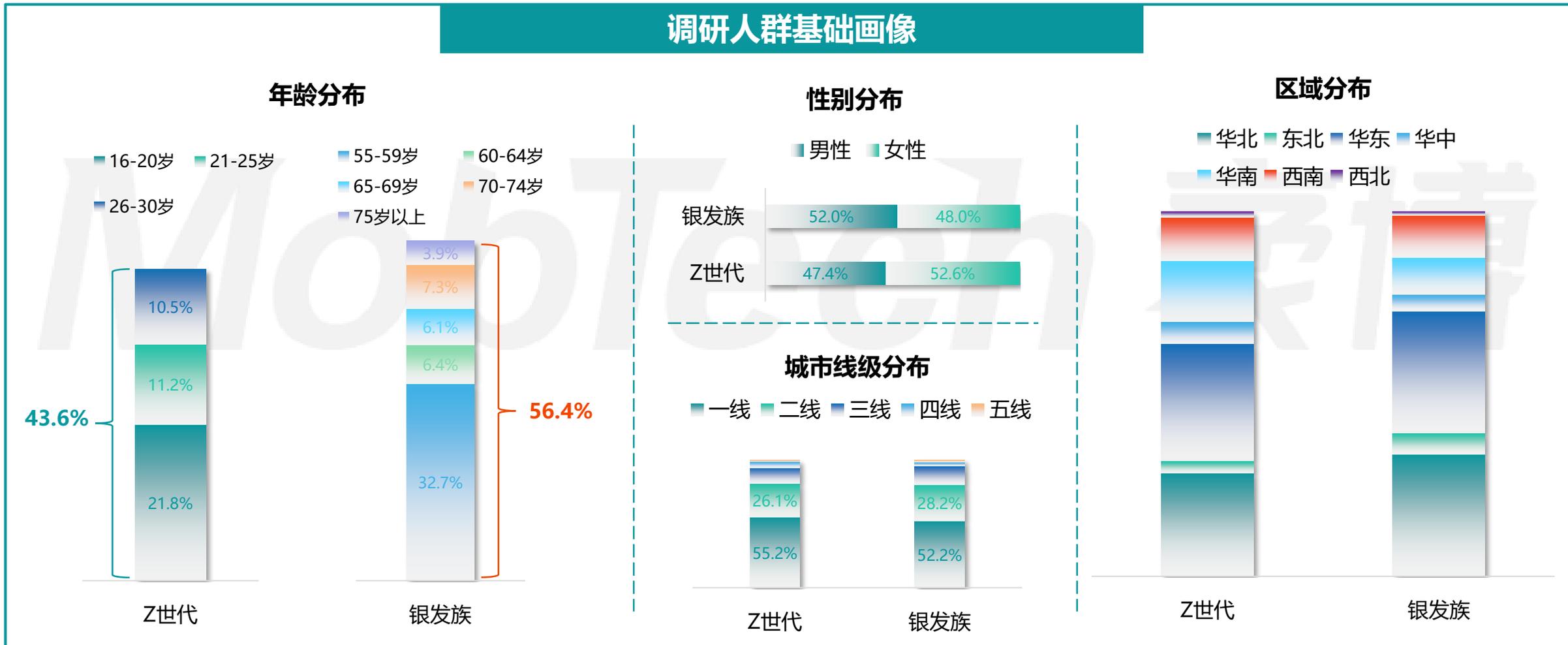
食-游-购-娱-养-学，多元化养老需求促进银发经济发展

银发群体正逐步成为多个消费领域的核心消费力量，本报告将挖掘银发群体在饮食健康、休闲娱乐、消费习惯、康养服务以及终身学习等场景中的消费需求及场景特征



调研人群基础画像分布——银发族 VS Z世代

在消费需求多元，对新事物、新体验充满好奇，精神消费更悦己等方面，银发族和Z世代不尽相同。因此本报告选取了Z世代人群进行对照分析，挖掘两代人在消费习惯和观念的异同



银发族的优雅生活从健康饮食开始，Z世代吃饭主要讲究个新奇特

四成银发族更愿意选择养生健康餐厅，其中65-69岁占比最多；Z世代更愿意去富有地方特色的餐厅以及探索小众美食。熟悉的餐厅则受到两类人群的青睐



Source: 库润数据 (N=2020), MobTech研究院整理绘制

银发族不爱点外卖但会吃预制菜，Z世代选预制菜主要“图个快”

相比于点外卖，食用过预制菜的银发族占比更高，达到67.9%；两代人食用预制菜的场景差异较大，忙碌和解馋是Z世代选择预制菜的理由

食：请问您是否点过外卖？食用过预制菜？食用/购买场景？

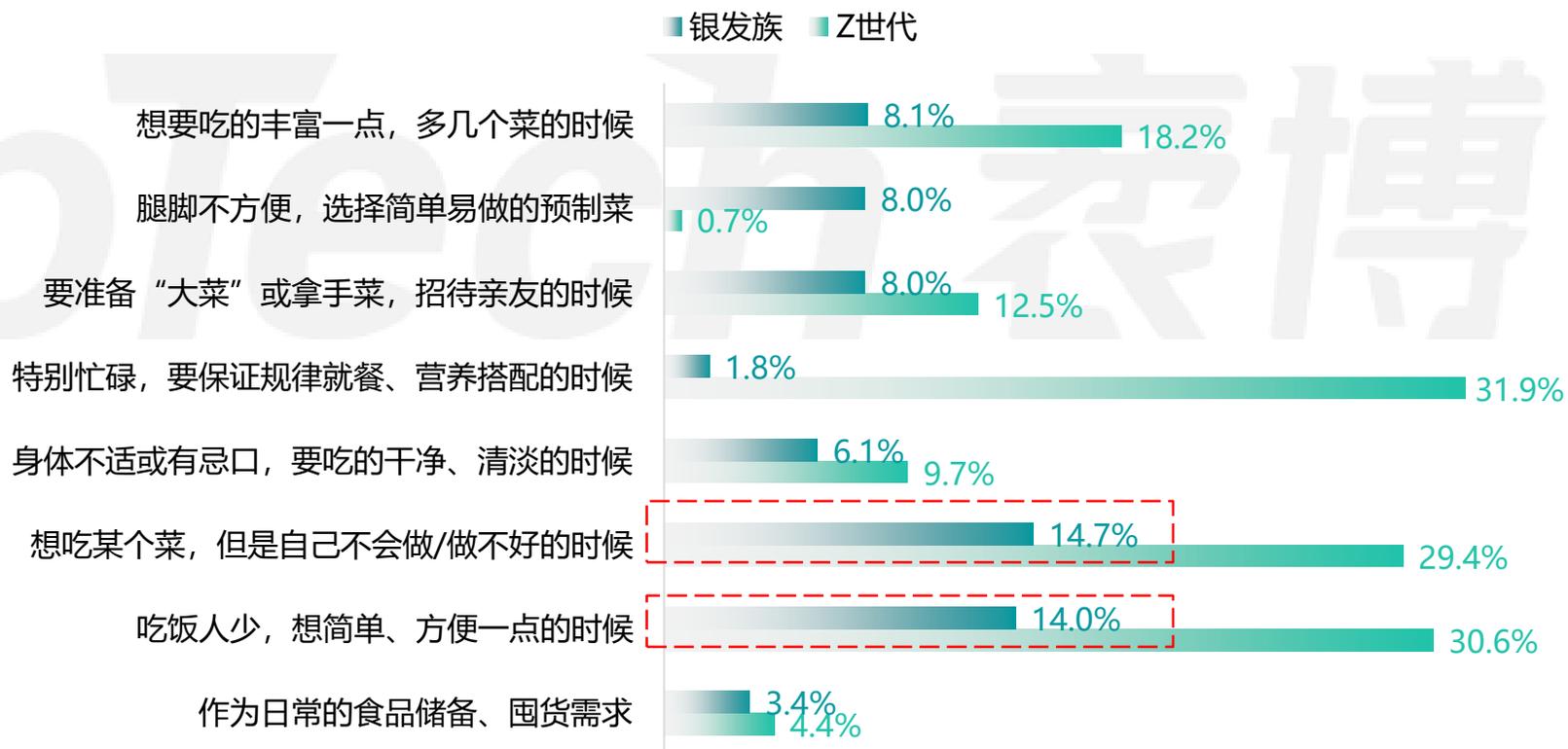
请问您平时是否会点外卖？



请问您是否食用过预制菜*？

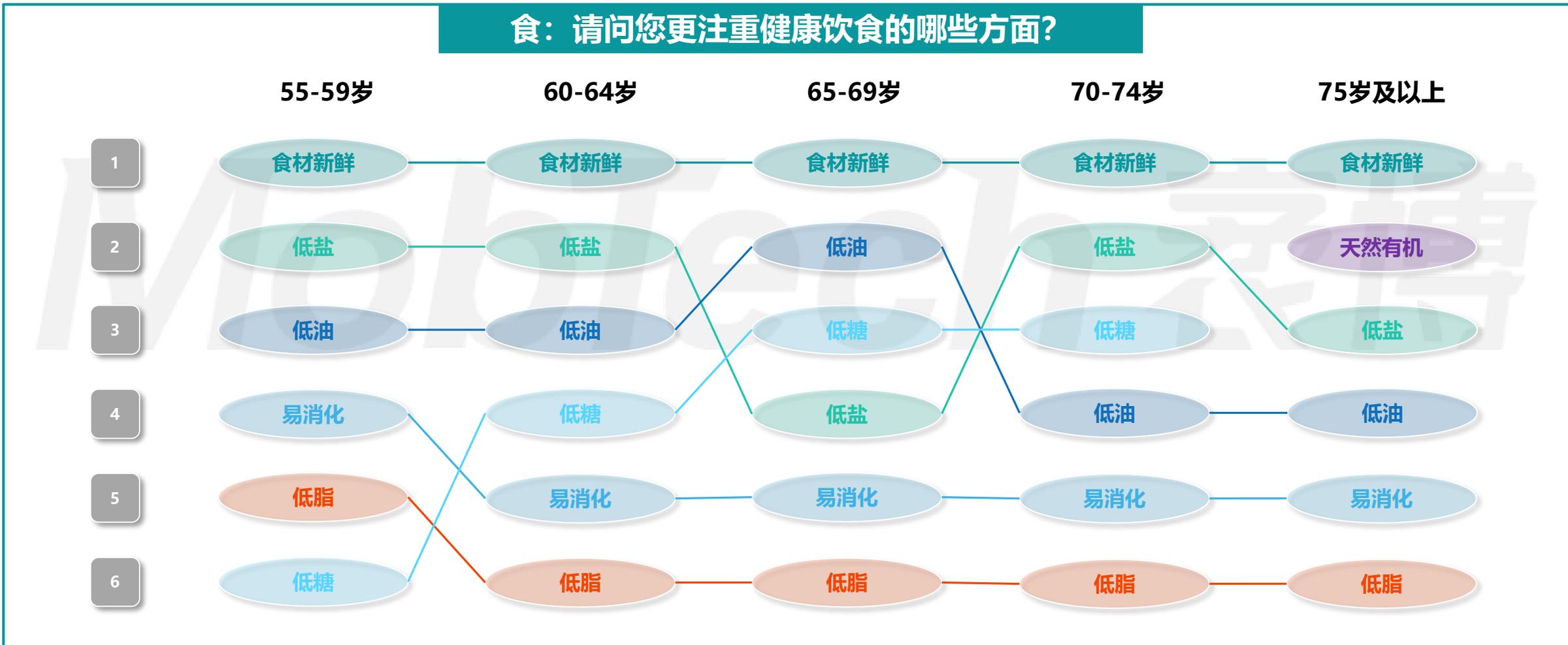


预制菜食用/购买场景



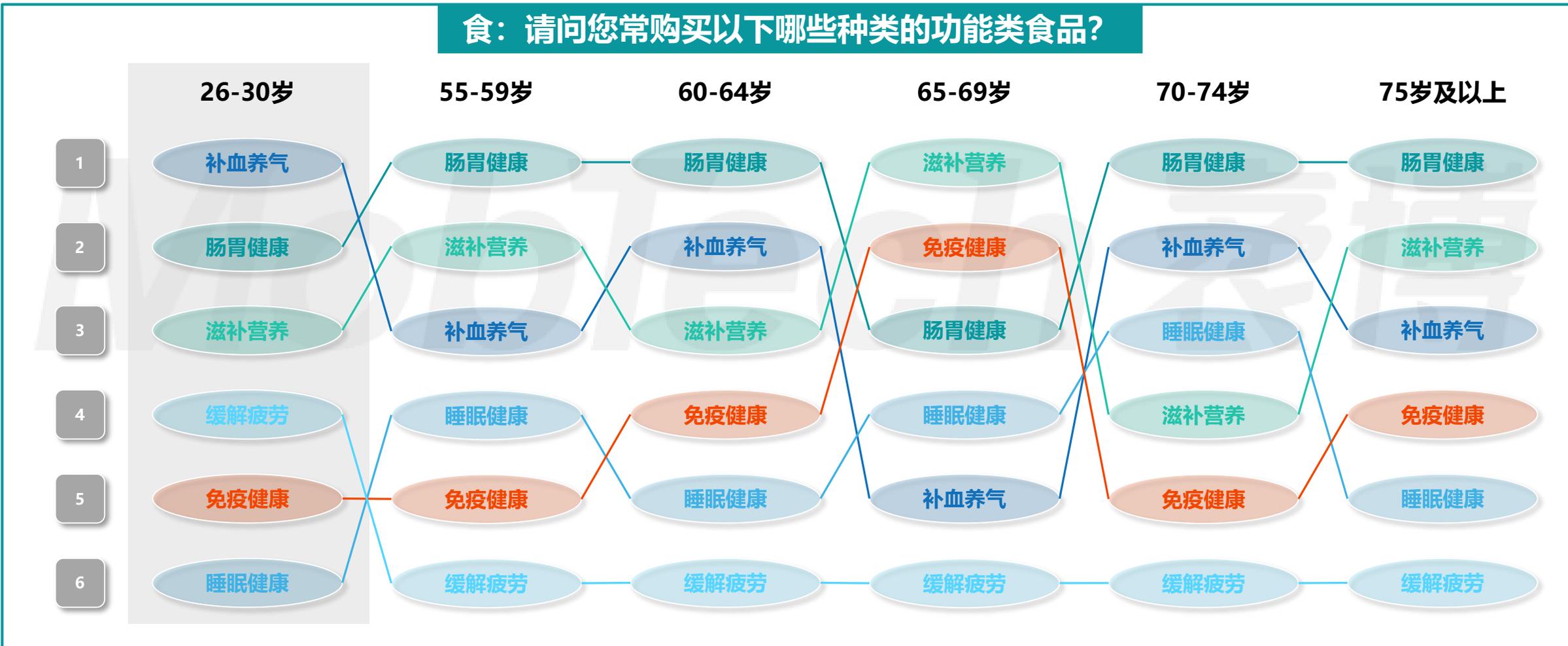
“食材新鲜”、“四低”和“易消化”是银发人群践行健康饮食的标准

“食材新鲜”是银发族各个年龄层公认的健康饮食No.1，“低盐、低油、低糖、低脂”等四低以及“易消化”也是健康饮食的标配



年轻人忙补气血，老年人要调理肠胃

26-30岁的“脆皮”打工人对补血养气以及缓解疲劳类食品的需求超过了银发人群；银发人群功能类食品的功效主要集中在肠胃健康、滋补营养和补血养气方面

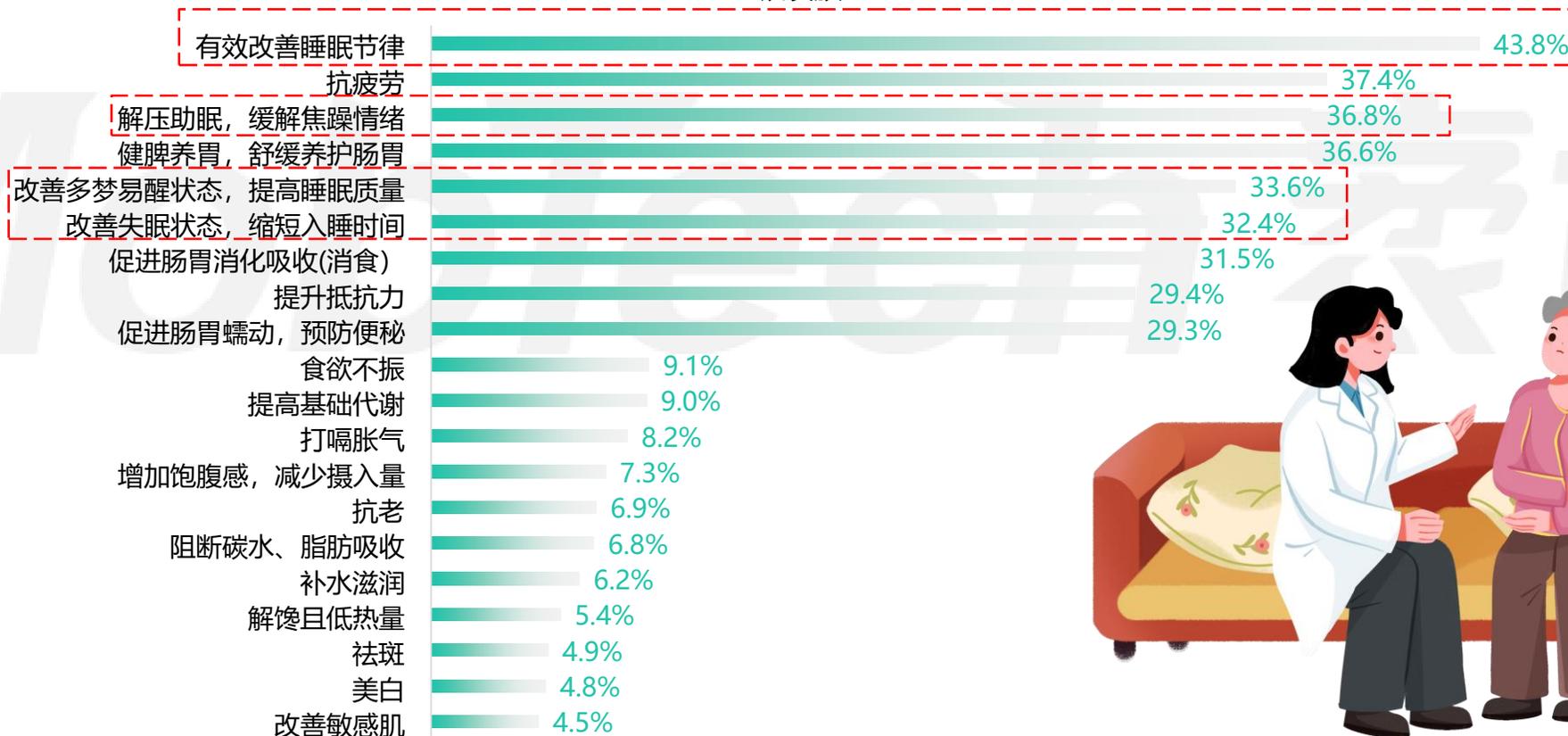


睡不好是银发族普遍困扰，食养革命中，改善睡眠是第一大需求

具有一些特定保健功能的营养保健食品，正逐渐成为老年人群的刚性需求产品，其中，银发人群对“提高睡眠质量”、“抗疲劳”、“健脾养胃”、“缓解焦虑”等诉求较高

食：请问您购买功能食品是为了解决什么问题？

银发族



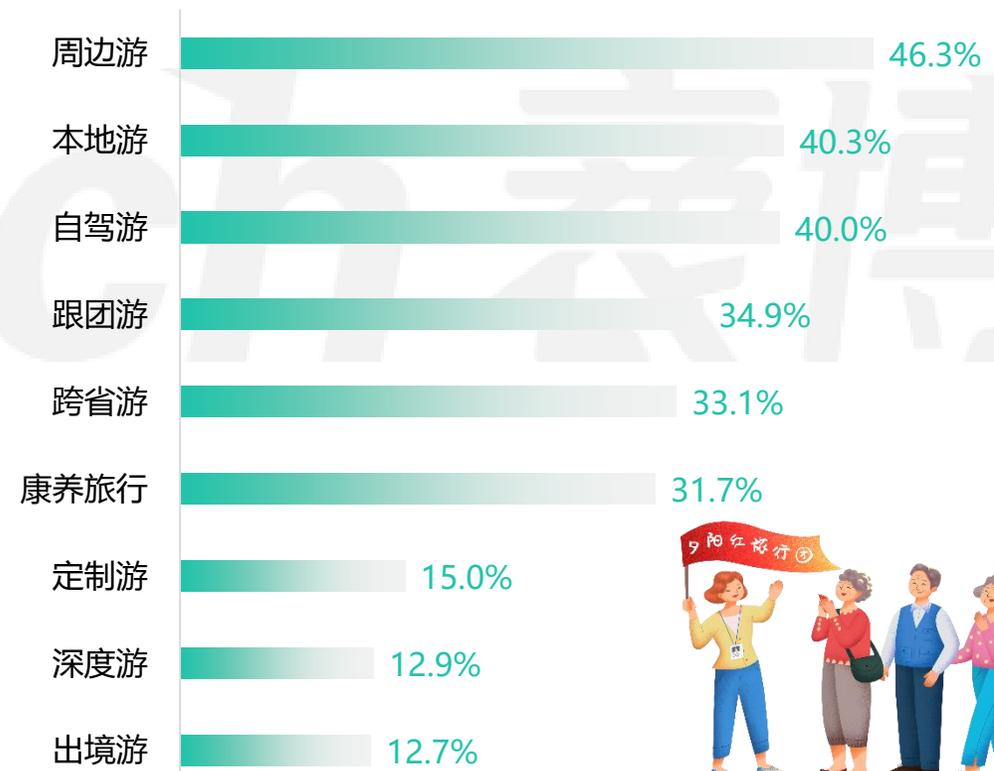
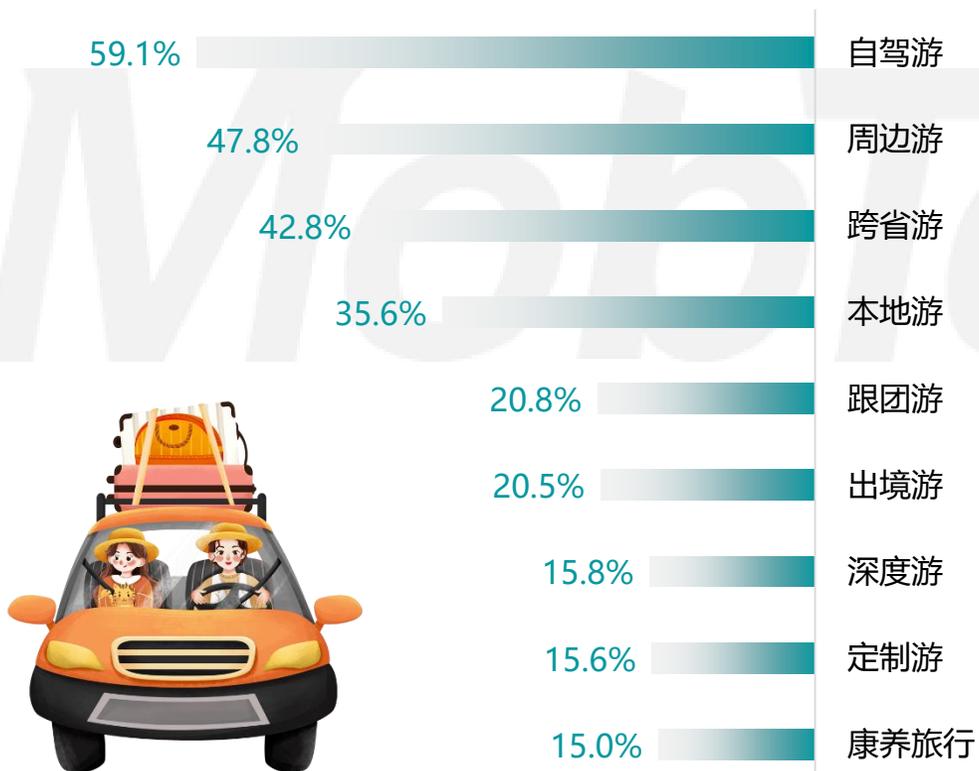
银发族喜欢短途周边游，自驾旅行成年轻人的“淡班精华”

银发族偏爱周边、本地游，46.3%的人群选择周边游，40.3%的人群选择本地游；Z世代则更爱自驾游、跨省游等中长距离的旅游方式

游：请您为以下最喜爱的3种旅游方式进行排序？

Z世代

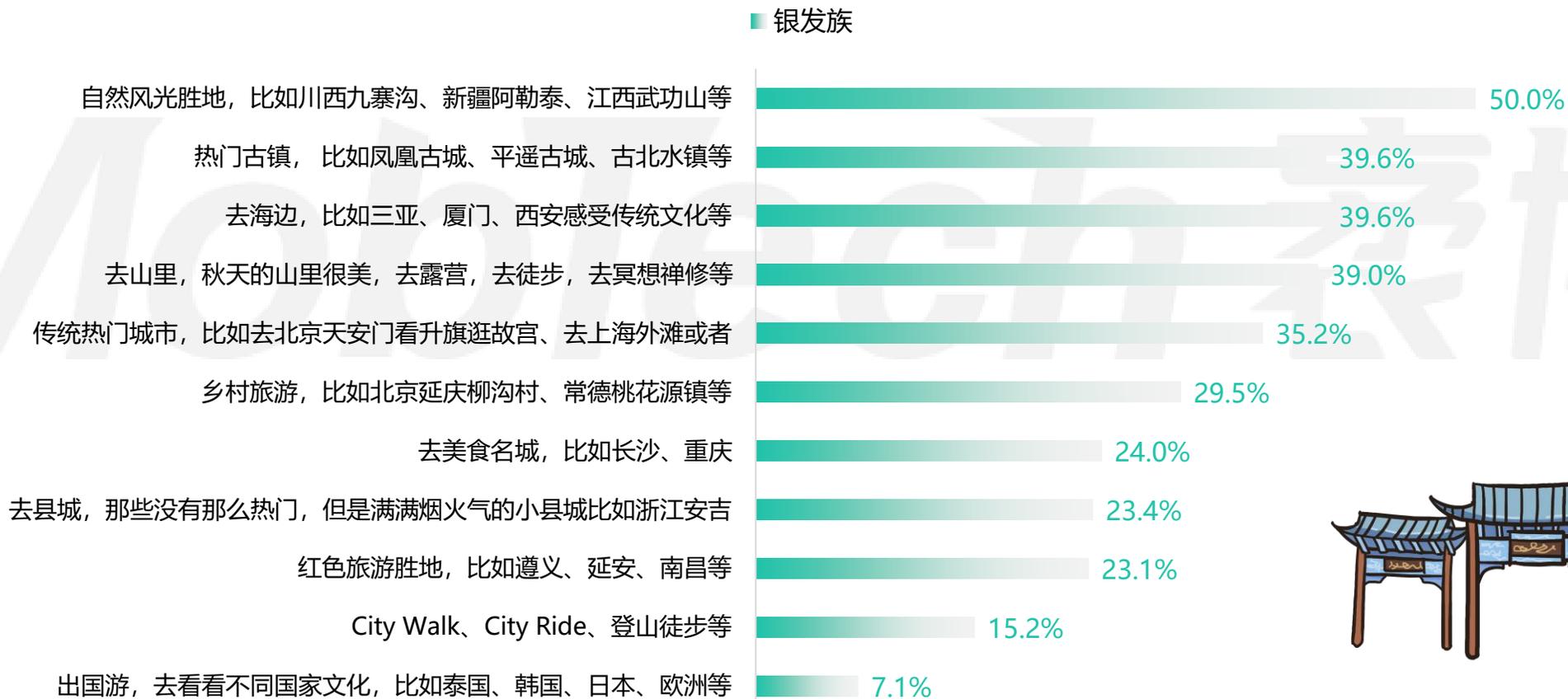
银发族



银发族的旅行目的地List：自然景观、古镇和海边

银发人群对于兼具浓厚历史文化、优美自然景观的景点表现出浓厚兴趣。相比之下，City Walk和“奔县游”、出国游不是他们的心头好

游：请问您空闲时更倾向于去哪里旅游？

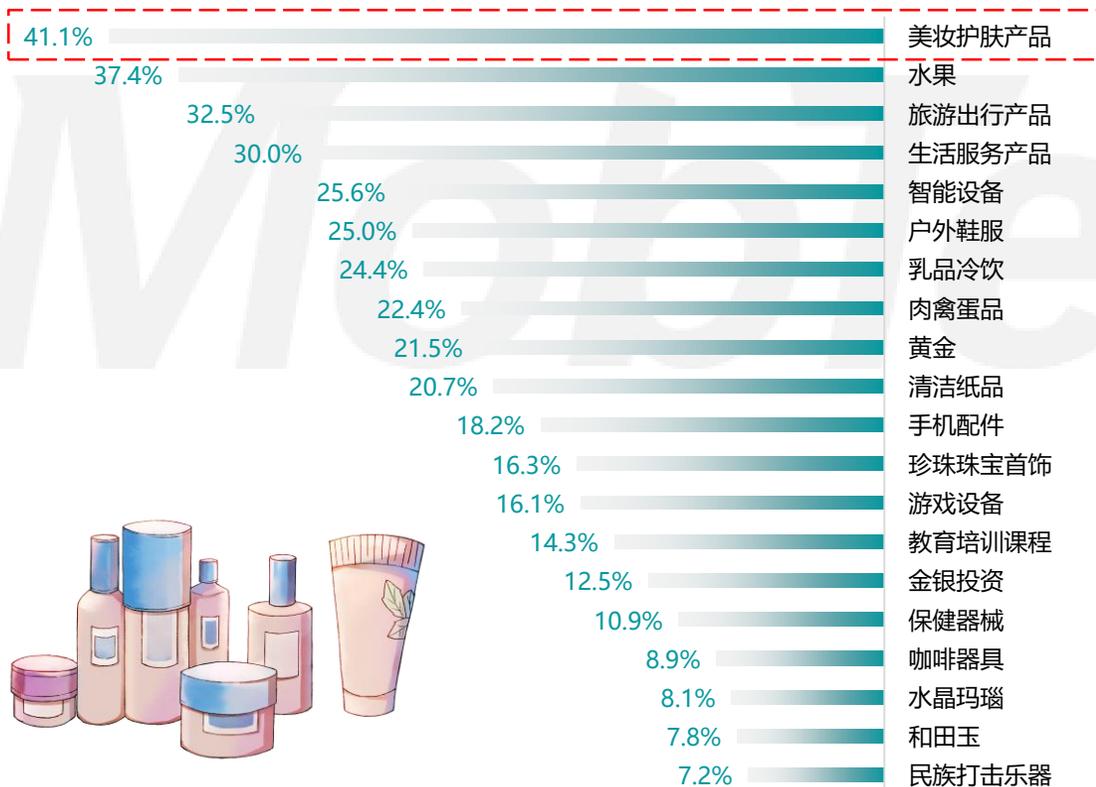


Z世代精心“装点门面”，银发族用心经营生活

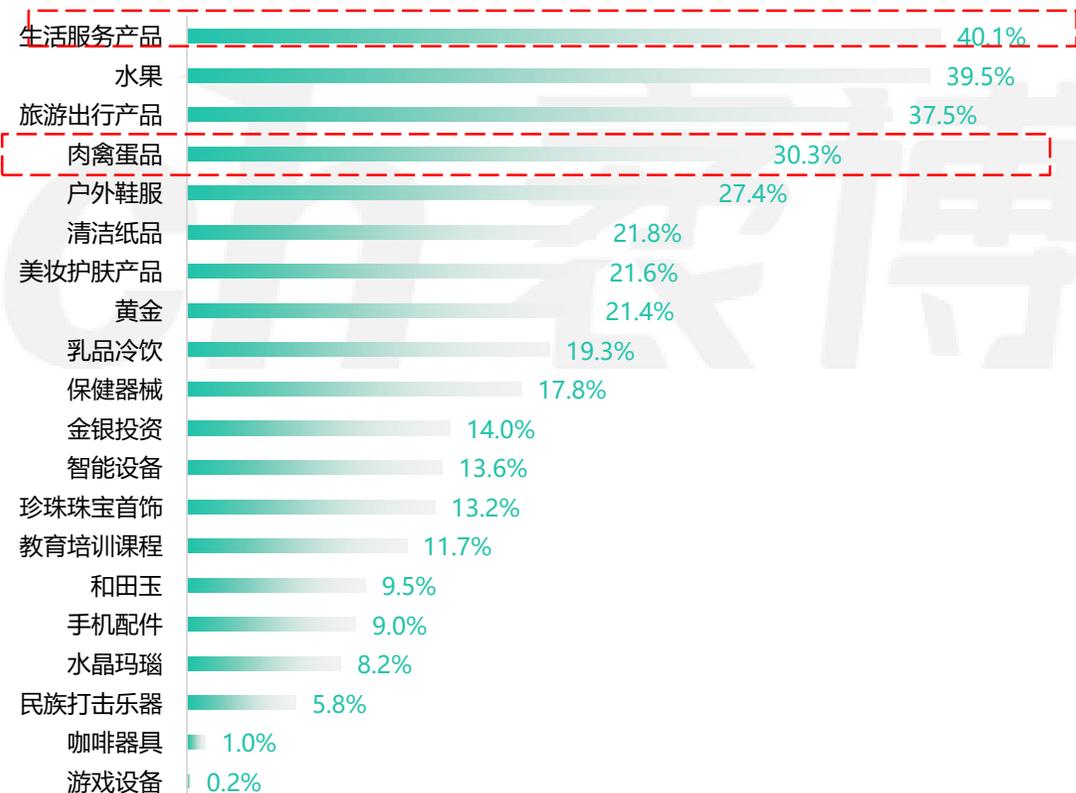
银发人群对日用品类花销意愿较大，“生活服务产品”消费意愿占40.1%，“水果”消费意愿占39.5%，“肉禽蛋品”消费意愿占30.3%

购：请问您更愿意为以下哪些产品或者服务下单？

Z世代

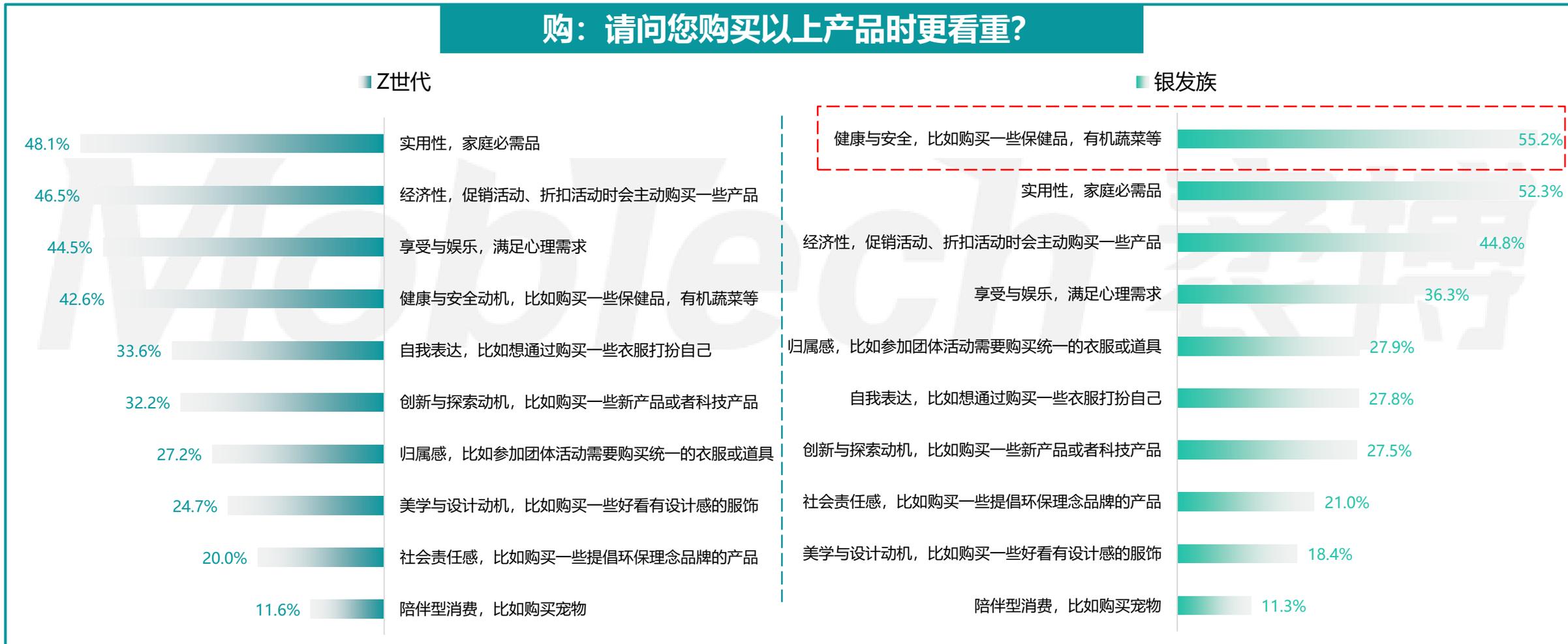


银发族



银发族买东西讲究健康和安全打底，Z世代则对折扣“上头”

超半数的银发族会因为产品本身具备（或会带来）的健康及安全属性购买产品；精打细算的Z世代，购物则更显谨慎，他们只买必需品。还要折扣大



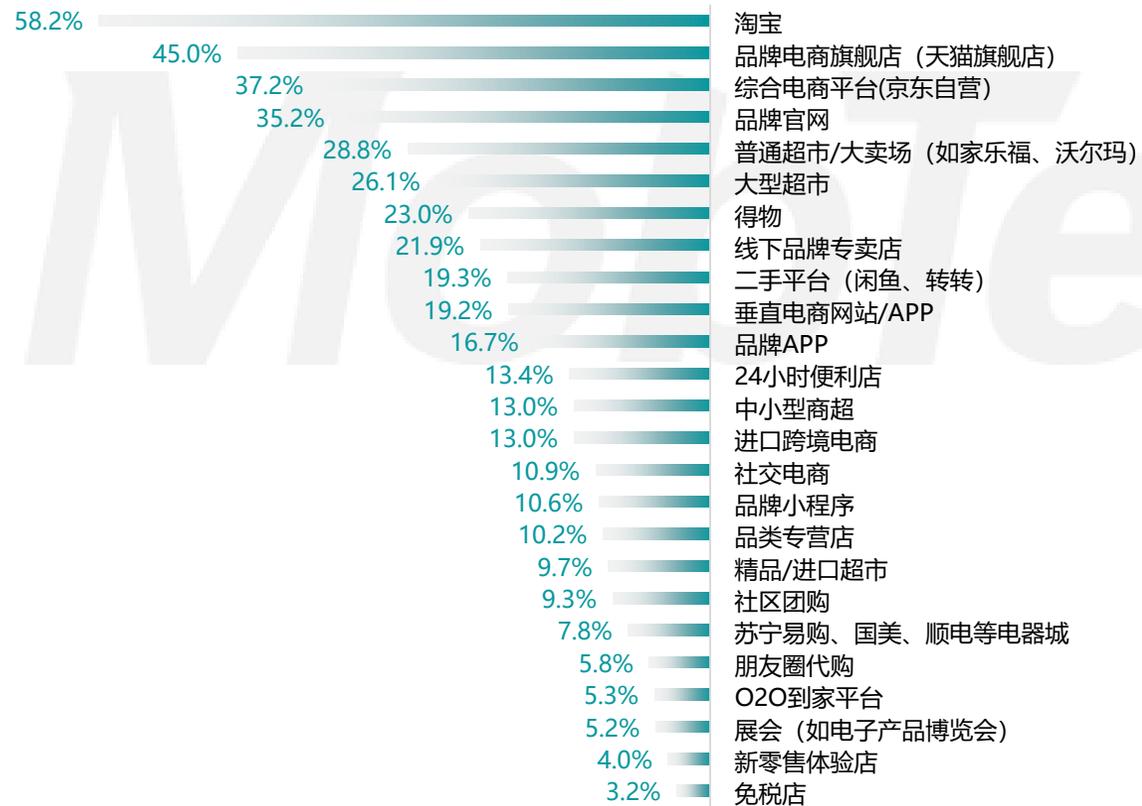
Source: 库润数据 (N=2020) , MobTech研究院整理绘制

高触网的银发族们，“剁起手”来老年轻了

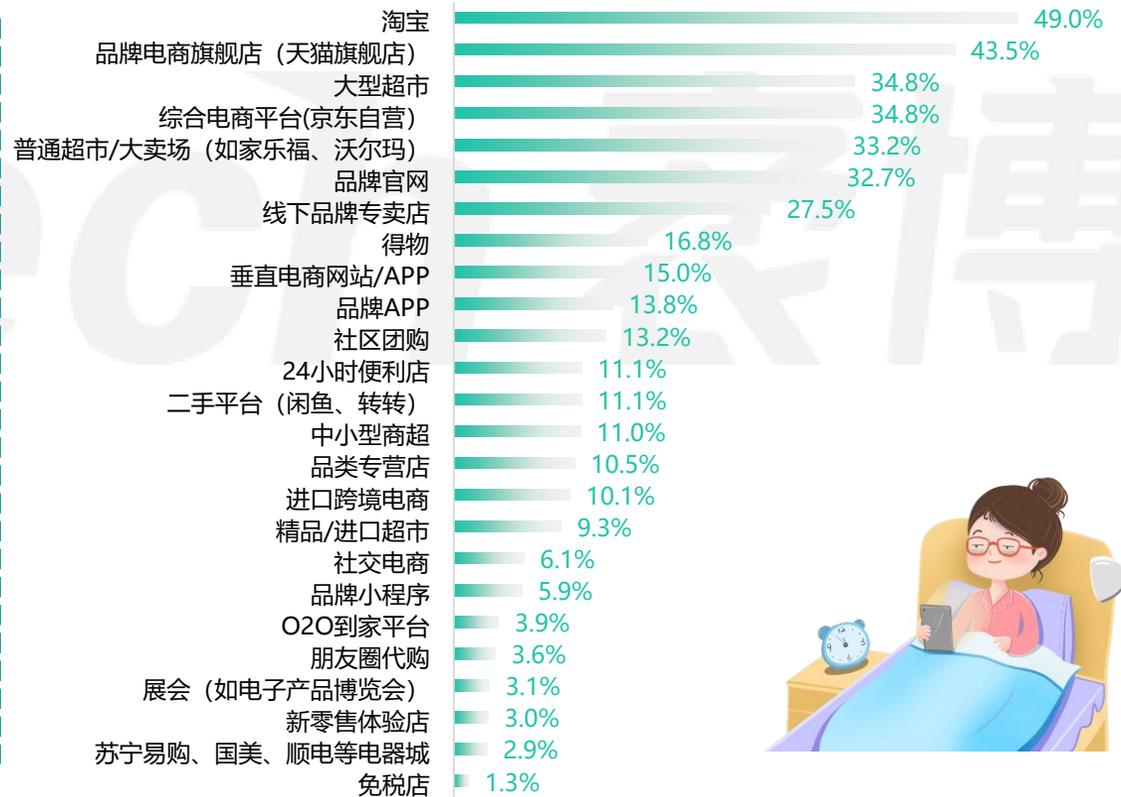
银发人群购物渠道中，49%的人群选择淘宝，43.5%选择品牌电商旗舰店；他们和年轻人的消费边界不断消融，在消费渠道等方面愈发重合

购：请问您通常在哪些渠道购买以上产品和服务？

Z世代



银发族



银发多是养生党和历史迷，Z世代偏爱热门小说和悬疑

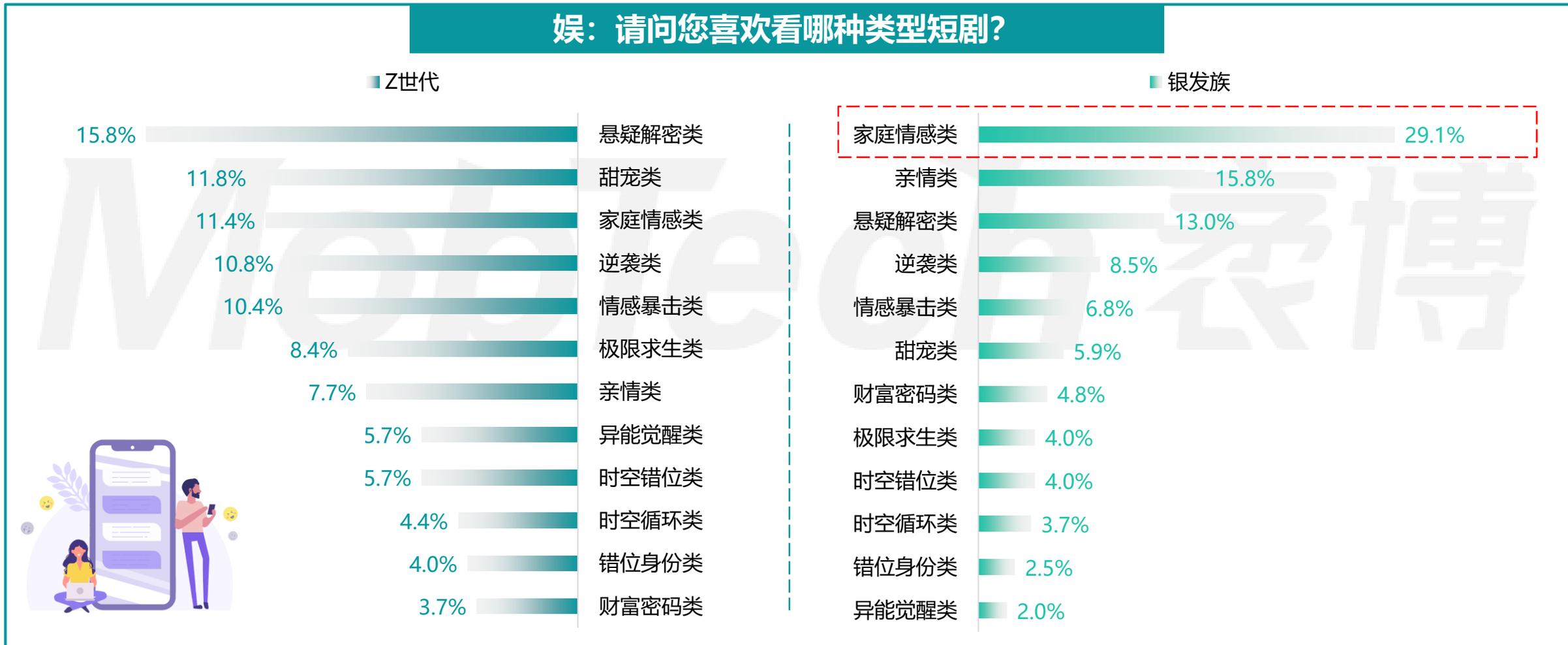
银发族更偏向阅读养生、文学著作和历史类书籍；“脑力激荡”与“情感冲击”并重的科幻悬疑类书籍受Z世代喜爱，在快节奏的生活中，他们也会选择心理学类书籍疗愈自己



Source: 库润数据 (N=2020), MobTech研究院整理绘制

短剧风席卷银发族，最爱磕家庭情感和亲情类短剧

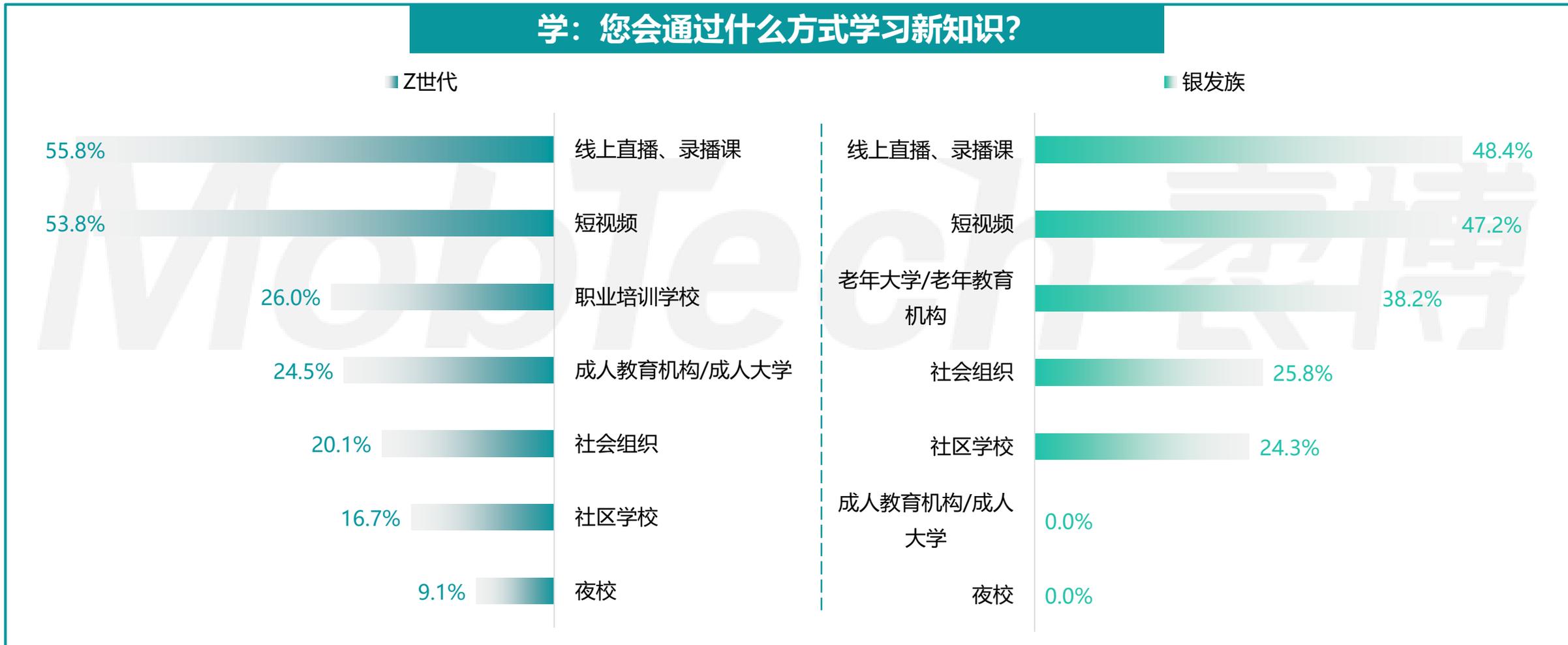
除情感与购物需求外，老年人的文娱需求同样不可忽视。亲情类、家庭情感类等剧情受到老年人喜爱，悬疑类、甜宠类短剧则更受年轻人追捧



Source: 库润数据 (N=2020) , MobTech研究院整理绘制

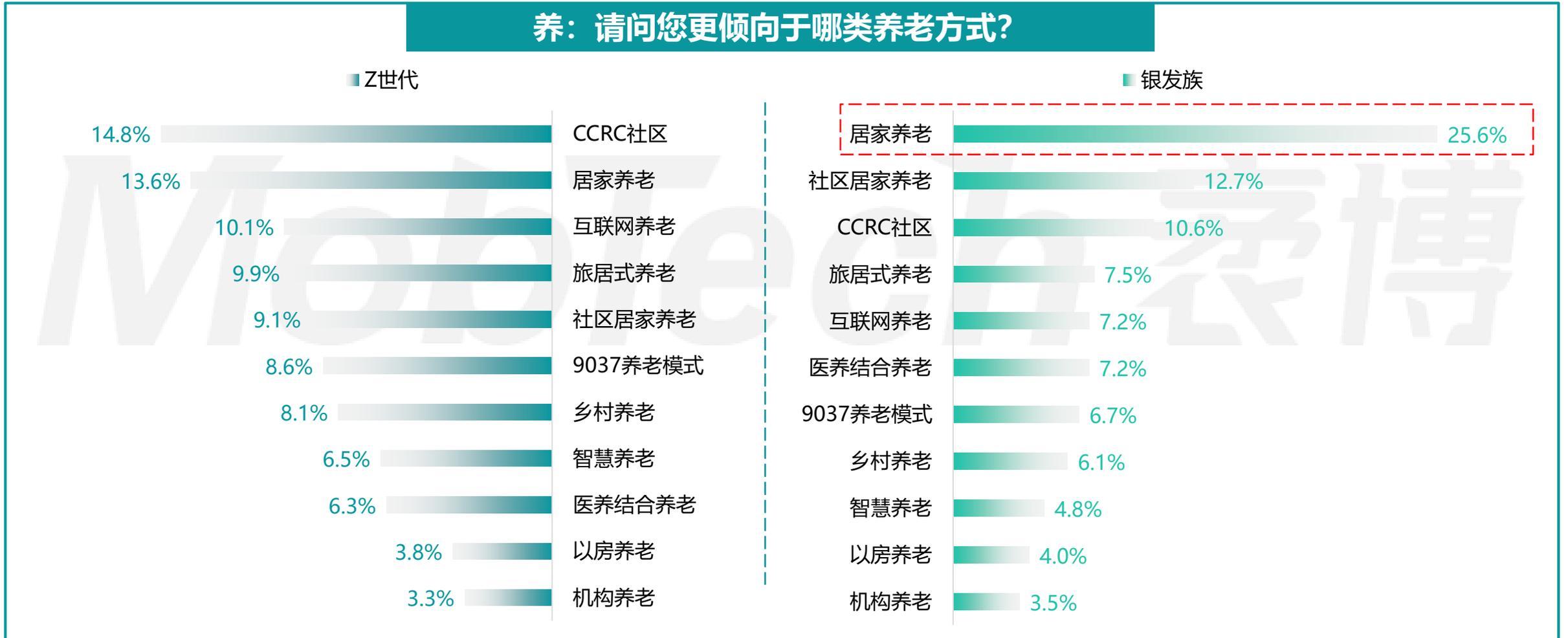
和年轻人“同频共振”，乘风破浪的银发族也爱线上学习

不止年轻人，短视频、线上授课也成为了银发族利用碎片时间丰富精神生活、接受新知识的最重要媒介；除此之外，银发族和Z世代也会利用社区及一些社会组织学习提升自己



银发族更倾向于居家养老，Z世代则更倾向CCRC养老模式

由于对家庭的依赖、经济条件限制、社交等因素，老年人更喜欢居家养老。而Z世代对生活品质和精神方面需求更高，因此更喜欢CCRC（持续照料退休社区）养老模式



养老机构怎么选？银发族看医疗照护好不好，Z世代看养老金够不够

护理团队和服务质量，是两代人选择养老机构的首要考虑因素；Z世代对养老机构的价格和费用更为敏感，银发族则更关心机构的医疗照护是否周到

养：如果您选择机构养老，您更关注机构哪些因素？





1

中国银发经济发展现状

2

中国银发人群消费习惯洞察

3

中国银发经济未来展望

银发青年：处在工作向退休的过渡期，他们热爱旅游探索，对新鲜事物有一定兴趣；他们追求高质量美食，更加注重食疗养生

银发青年

现状描述



银发青年
55-64岁



食



游



学

- 平时喜欢去**健康养生** (43%) 的餐厅；倾向购买**提高睡眠质量** (52%)、**补血** (53%)、**滋养** (54%) 的食品
- 出游偏爱**自驾** (49%)，更喜欢去**传统自然风光** (52%)、**古镇** (42%) 等
- 喜欢看**养生保健类** (52%) 书籍；会通过线上**直播/录播** (49%)、**短视频** (47%) 学习新知识

需求趋势与商业分析

- 年龄增长带来的机能衰退让银发青年**更关注身体健康**，他们**倾向食疗养生、追求高质量美食**，所以未来**结合药食同源的滋补产品**将成为主流
- 相对来说银发青年热爱旅游探索，渴望深度体验大自然与地方文化，追求悠闲、放松的旅行节奏。未来旅游可以推出**定制化的自驾游线路**，**深度结合当地特色文化与自然景观**的旅游方式
- 银发青年仍在工作或逐渐退休，对新鲜事物有一定兴趣，使得他们**更愿意通过线上学习更丰富多元的内容**。除**科普养生知识**外，还可拓展**养生课程、座谈会**等

银发中年：身体机能进一步下降，他们更在意精细的养老服务，需要适老化的出行工具与家居设计

银发中年

现状描述

需求趋势与商业分析



银发中年
65-74岁



游



养



娱

- 喜欢**周边** (47%) 和**本地** (44%) 游，出游关注**安全和医疗措施是否齐全** (39%)
- 倾向于**居家养老** (29%)；关注养老机构的**医疗照护服务** (37%)、**服务质量** (35%)、**适老化和安全程度** (35%)
- **71%**的银发中年看过**短剧**，类型偏**家庭情感类** (33%)、**亲情类** (17%)

- 身体机能进一步下降，导致银发中年缩小了出游范围，叠加其更关注出行安全和医疗保障，因此未来**本地/周边深度游+安全保障、短途**的旅游模式会是银发中年的出游首选
- 银发中年对**养老服务的需求较精细**。未来居家养老服务不只限于家政和简单的护理辅助，还需要通过**加强专业培训**，让“家政人员”能协助银发中年进行简单的**康复训练动作、定期健康监测等多元化服务**；同时需要配合**适老化的家居设计和出行工具**方便银发中年活动
- 可创作更多以**家庭生活、亲情关系**为主题的短剧作品。剧情贴近银发中年的**生活经历与情感需求**，表现形式需简洁易懂，如采用**大字体字幕、清晰的人物对白等**

银发老年：更在意有尊严的品质老年生活，需要随时随地且到位的医疗起居照顾服务，对临终关怀情绪价值服务有被动需求

银发老年

现状描述

需求趋势与商业分析



银发老年
75岁+



食



养



娱

- 口味偏**新鲜** (70%) **天然有机** (42%)，更多想买**促进肠胃健康** (53%) 的食品
- 更关注养老机构的**价格和费用** (35%)、**地理位置和交通便捷性** (34%)
- 58%的银发老年看过短剧，他们喜欢看**逆袭类** (18%) 和**甜宠类** (15%)；除**公园外** (28%)，平时还喜欢去**游乐园** (22%)

- 对**天然新鲜食材**和**肠胃健康食品**的追求，**食品企业和物流企业**可以共同推出**精准快速的冷链服务**，可研发**低纤维、易消化且富含益生菌**的产品，全方位满足其饮食健康需求
- 银发老年需要**随时随地到位的医疗起居照顾服务**，对**临终关怀情绪价值服务**有被动需求。临终更应**注重疼痛管理**与**心理疏导**、**适度的医疗救治**，让老人在生命终章感受温暖与尊严
- 短剧市场可根据需求，通过**大字幕、高对比度画面降低观看门槛**；线下娱乐场景需**适老化改造**，例如公园增设**戏曲表演专区**，游乐园可打造**观光花车**等项目，为其营造怀旧且安全的休闲场地

报告说明

1.数据来源

本报告数据基于市场公开信息，MobTech自有数据，库润数据，以及MobTech研究模型估算等来源。

2.数据周期及指标说明

报告整体时间段：**2025.04-2025.05**

具体数据指标请参考各页标注

3.版权声明

本报告为MobTech研究院与库润数据联合制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原作者所有。未经本公司新媒体许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

4.免责条款

本报告中行业数据及市场预测主要为分析师采用桌面研究、行业访谈及其他研究方法，并且结合MobTech监测产品数据，通过统计预测模型估算获得，仅供参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与MobTech无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。